

DAFTAR PUSTAKA

- Alhasbi, F., Ramli, Afsar, A., Setyaningsih, R., Ismail, K., Harahap, T., Pratikna, R., Rachmawati, F., Agustiningsih, G., Sanjaya, R., Lestari, S., Nurliyani, Oktaviani, D., & Rakhman, C. (2023). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. PENERBIT TAHTA MEDIA GROUP.
- Andzani, D., & Irwansyah. (2023). Dinamika Komunikasi Digital: Tren, Tantangan, dan Prospek Masa Depan. *Jurnal Syntax Admiration*, 4(11), 1964–1976. <https://doi.org/10.46799/jsa.v4i11.743>
- Arlinta, D. (2024). *Usia Dewasa Juga Butuh Imunisasi*. SATGAS IMUNISASI DEWASA PAPDI: Perhimpunan Dokter Spesialis Penyakit Dalam Indonesia. <https://satgasimunisasipapdi.com/2024/01/29/usia-dewasa-juga-butuh-imunisasi-2/>
- Aryani, I. D., & Murtiariyati, D. (2022). Instagram Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Penjualan Pada a.D.a Souvenir Project. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 2(2), 466–477. <https://doi.org/10.32477/jrabi.v2i2.479>
- Creswell, J., & Creswell, D. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. SAGE.
- Cutlip, S., Center, A., & Broom, G. (2000). *Effective Public Relations*. Prentice Hall.
- Dan, P., Sampah, M., Sekarninngum, B., S, Y. S., & Yunita, D. (2020). Sosialisasi Dan Edukasi Kangpisan. *Kumawula*, 3(1), 73–86.
- Darmawan, D., & Fauzi, K. (2013). *Sistem Informasi Manajemen*. PT Remaja Rosdakarya.
- Effendy, O. (2009). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. PT Remaja Rosdakarya.
- Fauzan, F., & Sofyan, A. (2020). Strategi Branding Saint Barkley dalam Instagram. *Prosiding Manajemen Komunikasi*, 6(1), 207–210.
- Fauzi, A., Saing, B., Nazira, N. A., Putri, S. A., Pangeswati, S. O., Nurhasanah, S. D., Maharani, S., & Theresia. (2024). Peran Dan Fungsi Influencer Di Media Sosial. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 2(1), 1–16. <https://doi.org/10.61597/jbe-ogzrp.v2i1.16>
- Fiantika, F., Wasil, M., Jumiyati, S., Honesti, L., Wahyuni, S., Mouw, E., Jonata, Mashudi, I., Hasanah, N., Maharani, A., Ambarwati, K., Noflidaputri, R., Nuryami, & Waris, L. (2022). *METODOLOGI PENELITIAN KUALITATIF*. PT. GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI.
- Groat, L., & Wang, D. (2013). *Architectural Research Methods*. Wiley.

- Hamidah, N. S., & Hakim, R. J. (2023). Peran Sosial Media Atas Perilaku Konsumtif Belanja Bagi Ibu Rumah Tangga Di Desa Lebaksari Kec.Parakansalak. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 2(3), 682–686. <https://doi.org/10.55681/sentri.v2i3.618>
- Haro, M., Fahmi, A., Reffita, L., Ningsih, N., Sholihat, N., Alwi, N., Adib, M., Rosdiana, Iskandar, A., Permatasari, R., & Romainur. (2022). *Komunikasi Kesehatan*. PENERBIT MEDIA SAINS INDONESIA.
- Ibrahim. (2015). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. ALFABETA.
- Ilyas, M., Farid, M., & Akbar, M. (2017). Efektifitas Penyebaran Informasi Rekrutmen Peserta Didik Pelatihan Berbasis Kompetensi Pada Balai Latihan Kerja Kab. Majene. *Jurnal Komunikasi KAREBA*, 6(1), 162–173.
- Kurniadi, H., & Hizasalsi, M. (2017). Strategi Kampanye Diet Kantong Plastik Oleh GIDKP di Indonesia. *2th Celscitech-UMRI 2017*, 2, 73–78.
- Levani, Y., & Paramita, A. L. (2021). The Usage of Influenza Vaccine to Prevent Seasonal Influenza during Pandemic COVID-19. *MAGNA MEDICA Berkala Ilmiah Kedokteran Dan Kesehatan*, 8(2), 93. <https://doi.org/10.26714/magnamed.8.2.2021.93-101>
- Lister, M., Dovey, J., Giddings, S., Grant, I., & Kelly, K. (2009). *New Media: a critical introduction*. Routledge.
- Mahmudah, S. M., & Rahayu, M. (2020). Pengelolaan Konten Media Sosial Korporat pada Instagram Sebuah Pusat Perbelanjaan. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 2(1), 1–9. <https://doi.org/10.33366/jkn.v2i1.39>
- Miles, M., & Huberman, A. (1994). *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook*. SAGE.
- Mostafa, K. (2023). *Influenza (Seasonal)*. World Health Organization. [https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/influenza-\(seasonal\)](https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/influenza-(seasonal))
- Muslih, M. (2016). *Filsafat Ilmu: Kajian atas Asumsi Dasar, Paradigma, dan Kerangka Teori Ilmu Pengetahuan*. Lembaga Study Filsafat Islam.
- Ndolu, M. A. (2023). Strategi Komunikasi Akun Instagram @apdcindonesia Dalam Meningkatkan Kesadaran Pengikutnya Mengenai Kesehatan Mental. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2), 159–169.
- Parmitasari, R., & Syariati, A. (2020). *MANAJEMEN STRATEGI: PENGANTAR (Buku Bahan Ujian Komprehensif)*. Pusaka Almaida.
- Pilah, A. (2020). *STRATEGI KAMPANYE PUBLIC RELATIONS KOMISI PENYIARAN INDONESIA DAERAH JAWA BARAT DALAM MEMBENTUK MASYARAKAT YANG CERDAS DAN KRITIS TERHADAP MEDIA*.

- Sikumbang, K., Ramadhina, W., Yani, E., Arika, D., Hayati, N., Hasibuan, N., & Permana, B. (2024). Peranan Media Sosial Instagram terhadap Interaksi Sosial dan Etika pada Generasi Z. *Journal on Education*, 06.
- Soufitri, F. (2023). *Konsep Sistem Informasi*. PT. Inovasi Pratama Internasional.
- Sugiyono. (2022). *METODE PENELITIAN KUALITATIF (Untuk penelitian yang bersifat: eksploratif, enterpretif, interaktif dan konstruktif)*. ALFABETA Bandung.
- Tirtonegoro, S. (2022). *Pentingnya Imunisasi bagi Anak*. Kementrian Kesehatan, Direktorat Jenderal Pelayanan Kesehatan. https://yankes.kemkes.go.id/view_artikel/1331/pentingnya-imunisasi-bagi-anak
- Trianaputri, A. C. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Dazzle Dalam Meningkatkan Brand Awareness Melalui Media Sosial Instagram @Promodazzle. *Lektur: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(3). <https://doi.org/10.21831/lektur.v4i3.18532>
- Triaputri, A., & Muljono, P. (2022). Efektivitas Akun Instagram @Infosumbar sebagai Media Penyebaran Informasi Sejarah dan Budaya Minangkabau. *Jurnal Sains Komunikasi Dan Pengembangan Masyarakat [JSKPM]*, 6(4), 467–479. <https://doi.org/10.29244/jskpm.v6i4.1034>
- Tulandi, E. V. (2021). Strategi Komunikasi Akun Instagram UbahStigma Dalam Meningkatkan Kesadaran Mengenai Kesehatan Mental. *Jurnal Petik*, 7(2), 136–143. <https://doi.org/10.31980/jpetik.v7i2.1196>
- Wekke, I. (2019). *Metode Penelitian Sosial*. Gawe Buku.
- Wibisono, B. (2024). *150 Teknik Ampuh Branding*. Anak Hebat Indonesia.
- Yunus, Y., & Mahpuddin. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Membangun Hubungan Dengan Pendengar Ms Radio. *Kinesik*, 7(3), 293–302. <https://doi.org/10.22487/ejk.v7i3.132>